

抢完箱子抢舱位 海运行业还能火多久

■本报记者 矫月 施露 赵彬彬

密密麻麻的集装箱堆积在场地里，依次等待回国的货船航班进港，并准备出海。这是近日《证券日报》记者在上海宝山集装箱码头看到的场景。

码头上，一位从事货代代理业务的王先生正为箱子价格暴涨而发愁。“抢完箱子抢舱位。”他向《证券日报》记者表示，“现在忙得没有时间回复任何消息，每天奔波在舱位和箱子之间，箱子一天一个价，需要找到能承受价格的货主才行。”

对于箱子价格的疯涨，山东港口日照港集装箱发展公司相关人士告诉《证券日报》记者，集装箱紧缺是需求增加，受新冠肺炎疫情影响，国外复工复产较慢，而国内疫情控制较好，很多订单转移到我国，这导致外贸业务快速增长，对集装箱的需求也持续增加。

运价一天一个样 有钱没人等不到箱

一家大型海运公司相关负责人向《证券日报》记者说：“现在上海的集装箱很少，就是也有也很贵，都是坐地起价，其中，定一个40英尺跑美国航线的集装箱海运价格(货代要价)在1万美元-1.5万美元，甚至有个别报价达到2万美元。”

在外贸公司的人士看来，现在定一个集装箱比住八星级酒店还要“奢侈”。“现在外贸发货要考虑运价问题，如果产品的利润还没有运价高，那么，外贸公司可能减少或停产不发货，不过，对于有利润的一些货物依然在继续发货。”上述海运公司相关负责人说，“目前，海运行业中美国航线的价格最贵，欧洲航线次之。”

一位上海货代人士对《证券日报》记者透露，箱子涨价最厉害的是美加线和欧线，尤其是部分美国航线，与疫情前相比，价格翻了10倍。“疫情前一只箱子运到美国只需要1000美元至2000美元，现在普遍超过1万美元，运价几乎每天都在涨，一天一个价。”

据上述货代介绍，涨价的并非只有欧洲和美加线，包括亚太、非洲、日韩线都在全线上涨，以前一只标准箱从宁波运到非洲的价格，在5000美元左右，现在已涨到20000美元。各条线路运价都在不断创新创历史新高。

“这波集装箱价格上涨是从去年6月份开始的，原本以为到去年底会有所缓解，然而价格却越涨越高，箱子越来越紧缺。目前看来，这一波涨价和箱子紧缺到今年年底都不能结束。”上述海运公司相关人士称。

目前不仅箱子紧缺，货船舱位也同样紧缺。有业内人士向记者透露：“在上海，舱位目前至少要提前一周预定，运价也是每天都不一样。”

“有些货代为了拿到箱子直接找生产集装箱的关系，卖给货主，还有货代从船公司那里拿到舱位后转手卖出，价格能涨10%甚至更多。”上述海运公司人士如是说。

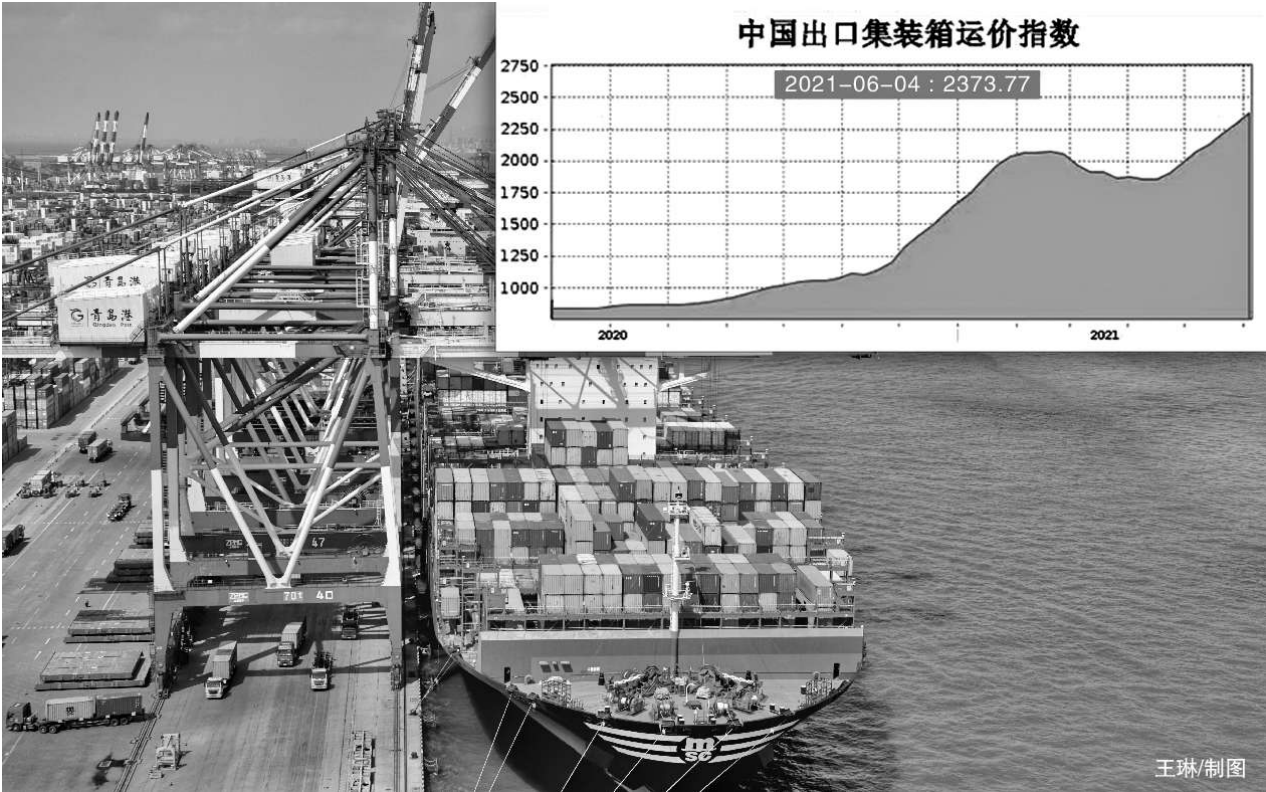
国外箱子积压严重 国内出海舱位难求

国内各个口岸都存在缺货问题。有青岛港方面人士向记者透露：“青岛的集装箱制造厂家现如今供不应求，大批箱子运到国外后回不来。包括上海、宁波等各口岸都在等待。”

缺货问题的另一面则是，受疫情影响，集装箱的周转速度放缓，进一步加剧了集装箱紧缺局面。

“由于国外港口工人少，加上装卸力不足、效率差等多种因素导致空箱回不来。”某港口相关负责人表示，“如果说以前集装箱运回只需要一个月的话，现在则延迟为一两个月。”

国内港口集装箱紧缺，国外港口的



集装箱却堆积如山。

有港口相关负责人向《证券日报》记者表示：“国外港口空集装箱堆积在码头周边地区可能是因为人力和运力有限。此外，由于港口处理能力下降，导致船舶运输时间增加。总之，多方面原因导致集装箱无法及时运回。”

上述港口工作人员表示：“因为效率降低，原来一艘远洋航线船舶一个月来回能跑1趟，但现在受国外疫情影响可能需要2个月跑一趟，这导致海运整体运力下降。”

运力的下降同时影响到货船的舱位也成为抢手货。“现在不仅是缺箱子，同样还要抢舱位。”该人士表示，“如果说以前一条航线跑8条船就够了，那么，现在跑16条船才能勉强够用。所以舱位也开始紧缺。”

除了国外箱子回不来的问题，国内港口拥堵，箱子出不去也成为问题之一。

“由于上海洋山港码头都是大船，且跑欧美航线的船居多，加上船的停靠班次已经被打乱，不能准点到达，还有船大卸货时间长等种种因素，导致码头拥堵严重。而外高桥码头因为都是小船稍微好一些。”一位跑货代业务的人士向《证券日报》记者说，“现在宁波港和深圳周边港口都已经出现拥堵情况。”

近日，全球最大单体集装箱码头盐田港因疫情原因限流，导致周边港口开始拥堵。“目前在盐田港码头工作的人员都被隔离回不了家。在隔离期间，只有这些工人在码头干活，而其他回家的员工暂时不能进入，这导致盐田港目前的装卸能力下降，只有原来的三成。”一位港口工作人员向《证券日报》记者如是说。

“盐田港码头、南沙港码头都出现了拥堵，估计不久会波及宁波、上海。现在南沙拖车，至少需要提前5天排队。这一系列因素加剧了港口及箱子运输拥堵，使箱子来回的周期变长，短期内一箱难求的局面不会缓解。”6月8日，运去哪创始人周诗豪告诉《证券日报》记者。

国外订单转战中国 消化订单尚需时日

“一些白色家电厂家出口需求并没有减少，反而是随着箱子紧缺价格暴涨继续增加，全线爆仓，目前订单正在一点点消化，估计这轮大周期或将持续到明年年中。”上述海运公司相关负责人对《证券日报》记者说道。

除了因疫情原因转战中国的国外订单增多外，中国新的政策推出也促进了国际贸易的兴盛。

“在中央提出加快构建以国内大循

环为主，国内国际双循环相互促进的新发展格局和签订RCEP协议这样的大背景下，山东港口迎来了千载难逢的发展机遇。”山东省港口集团董事长霍高原在接受《证券日报》记者采访时如是说。

据介绍，2020年，山东港口成立后第一个完整运营年，完成货物吞吐量14.2亿吨，同比增长7.5%，完成集装箱量3147万标箱，同比增长6.5%，在全国沿海港口中名列前茅。同在2020年，青岛港年度新增航线达到20条，其中，外贸航线14条，增速达历史最高。此外，2021年以来，青岛港又新开通8条外贸航线。

业内人士称，中国经济强劲复苏，正展现出巨大影响力。集装箱运价大涨与出口复苏密不可分，中国的出口货物大多数通过集装箱进行海上运输。反映在数据层面上，运价指数和出口同比数据趋势一致。

多举措应对“一箱难求” 问题关键在于空箱回国

对于海运行业缺箱缺舱问题，市场已经开始发挥调节作用。上述海运公司人士称：“目前，由于整个供应链出现了问题，导致箱子回不来。疫情前，日韩线都是船公司补贴钱让箱子回国，定箱货主只需要承担很小的一部分，现在则是需要定箱的货主自掏腰包出运费让空箱运回来。”

另有业内人士向《证券日报》记者透露：“去年以来，集装箱业务快速增长主要体现在外贸业务上。因为外贸货运一箱难求，利润空间丰厚，甚至有不少船东将内贸箱只转做外贸业务。在一定程度上缓解了船舱不足问题。”

由于大量空箱滞留国外，船公司开始大规模购买新集装箱。为了应对缺箱问题，中集集团董事长兼CEO麦伯良表示：“我们把每个月的供货量，就是产销量，从二十几万箱提高到四十几万箱。”

据德鲁里数据显示，在今年第一季度，排名前三的中国集装箱制造商占全球集装箱产量的82%。

周诗豪对《证券日报》记者分析称：“集装箱就算以最快速度生产，也是需要周期的，生产速度赶不上全球缺箱子的速度。还有一个问题就是，箱子生产太多，一旦疫情得到缓解，集运供应链恢复，多余的箱子怎么消化，所以加大箱子的生产量及生产速度并不是解决一箱难求的根本。”

有业内人士分析称，目前全球的集装箱并不少，“关键是如何解决将空箱运回国的课题”。

业内人士透露：“船公司跑外贸一

般都是装满货物出发，运到国外后，再将国外的货物运回国内，这样一来，船公司可以保证有利润。但如果空箱回国的话，则只能赚去的钱，回来则是空跑一趟，除非利润高，否则船公司不会这么干。”

“海运目前确实紧张，我们也会想一些其他办法，比如通过中欧班列、航空运输等手段，缓解海运拥堵及供应链跟不上等问题。”该海运公司人士对《证券日报》记者称，“目前全球70%至80%的货物从中国出去，由于周转周期回不来，一天3万只箱子投放进去也是不够的，所以这边的外贸订单只能一点点消化。”

目前世界贸易90%的运输量，都是通过海上运输完成的。其主要原因是海运集装箱货物出口是外贸公司最为实惠的选择。与中欧班列和航空相比，海运的价格往往不及中欧班列的一半甚至三分之一。不过，在海运不畅的背景下，中欧班列也成为外贸企业不得不选的运输方式。

“疫情之前，中欧班列集装箱价格应该是同规模海运的2倍至3倍，即便海运涨价了10倍左右，中欧班列还是比海运贵1倍到1.5倍，所以海运还是最优选择。一般走航空的都是体积较小价格较高的货物，所以即便海运涨价10倍，陆运和空运在价格上依旧没有竞争力，能分出去的运力有限。”周诗豪称。

也有一些行业，随着上游原材料以及运价暴涨，暂时减少了出口订单。“现在出口订单我们压缩得很少了，上游原材料涨价太厉害导致成本剧增，美线欧线价格涨了接近10倍，我们只能压缩外贸订单，或者只接一些利润率很高的产品，低利润率的产品承受不起这么大的运力上涨。”国内一家外贸公司内部人士对《证券日报》记者说道。

中集集团董事长麦伯良称，由于码头“堵车”和疫情导致的停工停产双重影响，预计到今年底集装箱“一箱难求”的局面都很难解决。未来一段时间内，集装箱大概率仍是“量价齐升”的走势。

6月10日，商务部外贸司负责人表示，“当前，新冠肺炎疫情仍在全球蔓延，我国外贸发展面临的外部环境依然复杂严峻。我们高度关注外贸企业在原材料价格、汇率波动、海运运费等方面面临的困难挑战，将持续会同地方和相关部门综合施策，推动解决。”

也有外贸企业向记者呼吁称：“建议政府补贴空箱回国。”

那么，在政策调控将至的情况下，海运业还能火多久呢？业内人士表示，国外疫情能否有效控制将成为决定因素。

处理的短板。

笔者认为，扩产集装箱和加大船只的生产并不能根治海运业的运价上涨，只能起到缓解作用，而如何有效地运回空箱，有效地控制疫情，有效地让外贸公司排队买到“船票”才能解决实质问题。

同样，地方政府和相关部门也可以在定价政策、税收、资金等方面上给予支持。与此同时，海运行业相关公司也需要拿出有效应对本行业“春运”的方案，使运价回归到正常合理范围，让外贸企业和海运企业实现共赢。



41家H股物管企业市值逾7800亿元 多家排队IPO待“输血”扩张

■本报记者 王丽新

继新希望服务之后，物管企业赴港上市规划不断传出。6月9日，力高地产发布公告称，建议分拆旗下物业管理公司力高健康生活有限公司在港交所上市。3天前，6月6日晚，中骏集团旗下物业公司中骏商管称，提交的上市资料已通过聆讯。

透过多家房企集中分拆物物业IPO的种种迹象，《证券日报》记者发现，与过去主营收入靠收缴住宅物业服务费不同的是，这一拨递表上市公司中增添了轻资产商业运营商的身影，这是物管行业的另一个细分赛道，其估值可能相对更高。

“房企分拆物业板块上市已不是新鲜事，是这两年房企的标准性动作。一方面在资金链偏紧的格局下，房企需要增强资产流动性，降低财务成本，拆分业务板块独立运营，可从资本市场拿回钱，不失为另一种融资渠道。”易居研究院智库中心研究总监严跃进向《证券日报》记者表示，同时，存量时代来临之际，物业板块作为房地产行业的细分赛道尚未形成充分竞争，未来将有一场规模竞争战要打，若不尽早上市寻求融资，难谈规模扩张，更得早在数万亿元存量市场蛋糕中分一钵羹。

上市热潮仍将持续

物业企业进入资本市场较晚，2014年，花样年旗下彩生活打响了物业企业上市第一枪，但这两年发展极快，头部房企多已将物业板块分拆出来，实现在港上市。

“目前已有41家物业服务企业登陆中国香港资本市场，港股物业板块的总市值从2020年初的2062亿元增至2021年6月10日的7861亿元。”中指物业事业部副总经理牛晓娟向《证券日报》记者表示，截至6月10日收盘，港股物业板块平均市盈率达到33倍，远高于港股主板的市盈率(12倍)，充分体现了资本市场对物业服务企业的高度认可。

“从每股收益方面看，截至2021年6月10日，港股物业上市公司EPS(每股收益)超过2元的公司有1家，8家公司超过0.5元，其他公司均小于0.5元，物业上市公司EPS显著分层。”牛晓娟称。

在牛晓娟看来，2020年，物业上市公司加强内部管控优化，提升企业运营效率，多措并举降低资金成本，企业的经济增加值(EVA)大幅提升，2020年，上市物业公司EVA均值同比增66.81%至8.17亿元。

牛晓娟表示，目前物业服务上市公司多数由关联方公司拆分独立而来。大股东相对稳定，有助于物业服

务企业保持战略的一致性和连贯性，有利于稳定市场投资者对公司业务发展方向预期，有效保证了企业发展的稳定性。

“有19家企业已交表，等待敲钟时刻到来，2021年物业服务企业上市热潮预计仍将继续。”牛晓娟向《证券日报》记者表示，预计未来一段时间，物业服务企业依旧呈现扎堆进入资本市场的态势。

“现在的物管板块可以分为两类，纯物业管理和轻资产商业运营商，当然也有两者结合的。两类都属于存量市场比较好的偏服务型的赛道，但是前者已经比较拥挤，如果不是特别有特色的公司相对吸引力与未来扩张力都不够，整体估值水平会回归理性，并且大小公司之间的差距会越来越明显。”方正证券房地产首席分析师夏亦丰向《证券日报》记者表示，后者目前上市标的还比较少，预计后续仍会有一波上市潮，尤其是轻资产商管将迎来一批新公司，估值短期内仍然会在一个相对较高的水平。

并购频繁竞争加剧

据中指研究院统计数据显示，2020年，港股主板上市物业服务企业融资净额近690亿港元。

“物管上市企业融资得到的钱中有一部分是用于并购的，对物业行业来说，加快扩大第三方物业规模，才可能快速增加收入，这是当前业绩增长的重要抓手之一。”严跃进向《证券日报》记者表示，头部企业为扩大市场占有率，收并购动作频繁，规模诉求强烈。与此同时，部分地产公司面临资金困难，恰好想出售物业公司换取现金流。从这方面来看，是各取所需。

中指研究院表示，目前，物业服务上市公司主要的并购可以分为两类：一类是上市公司之间的收并购，物业服务上市公司之间的强强联合将持续上演；另一类是物管上市公司与非上市公司的并购。

“以往，物业公司没什么竞争，自从2014年彩生活登陆H股进入资本市场，企业扩大主要是通过并购完成，才有了今天的竞争格局。”万物云CEO朱保全在接受《证券日报》记者采访时表示。

“现在物管公司对规模的诉求仍然较强，一方面规模扩大可以帮助增值业务的拓展，另一方面各家公司都有相对较高的业绩目标，因此对量的提升有明显诉求。”夏亦丰向《证券日报》记者表示，随着近几年的并购热潮的涌现，市场上相对较大较好的标的越来越少，所以各家公司都在抓紧抢占先机。

资本市场“新生”物管企业 让业主更满意才是王道

■王丽新

“失意时不灰暗，得意时不嘚瑟。”这句话对近几年才闯入资本市场的“入学新生”——物业管理企业来说，颇为值得思考。如果说资本市场是一所大学，奖学金或许要发给那些“敢于创新、稳健发展、坚持给用户提供好服务”的“均好生”。

年销售额创下17万亿元新高的中国房地产行业，在快速前行的30年间，物业管理作为开发商的附属业务，曾度过一段较为“灰暗”的岁月，客户投诉量大、业务运转靠集团从住宅开发中拨款、招聘不到有服务意识年轻人……有一位头部物业企业掌舵人曾向记者开玩笑称，过去搞开发200万元支出才需要找他签字，搞了物业后，门槛一下降到了5万元。彼时，物业管理似乎尚不能成为一个行业，房产“售后服务”理念还未成气候。

当然，中国最早对物业有“服务”概念亦不能算特别早。1981年，深圳物业管理公司成立，它比英国最早的物业公司晚了120年。当时，业主付的物业费是卫生费、维修费等。但随着城市化进程加快，围绕房子、商业楼宇这类资产衍生的服务需求越发壮大，直至今今，房地产行业已经进入存量时代，物业管理行业变成了有着数万亿元规模的蓝海。

从寂寂无名，到转变成一个突破千亿元营收大关的“行业”，转折点出现在2014年6月30日。是日，花样年旗下彩生活以科技型综合社区服务运

营商的身份，打响了物业管理公司登陆资本市场的第一枪。一下惊醒梦中人，开发商“恍然大悟”，原来物业业务也可以通过创新管理模式实现高估值IPO。

随后，物管公司纷纷奔向资本市场。7年间，41家房企分拆物业管理公司登陆H股，板块市值一度超过8000亿元，估值一度从60倍降到现在的合理区间30倍。可以说，资本市场已经赋予其和新兴高科技行业旗鼓相当的估值。到2021年5月底，上市企业合约面积均值将近2亿平方米，基础服务收入均值20.4亿元，“行业”之势大成。有投资者笑称，过去没人关注的板块，现在迎来了“崛起”时刻。

随之而来的是并购时代。上市后募集到的资金，多被物管企业用于收并购扩大管理规模。2020年行业有效并购案例超76宗，花费金额达107亿元，是2019年的近3倍。行至2021年，大宗并购更是时有发生。

在这一切的背后，莫忘了7年前彩生活上市之初，是凭着能为业主提供包括洗车、购物等多个行业日常需求，而得到资本市场青睐的。同样，也莫忘了彩生活上市后大手笔频繁收购，导致管理半径不足，业主投诉量倍增，一度陷入发展困境，而今才慢慢回归“服务是本质”的经营逻辑。

“失意”时刻需坚守服务品质，“得意”时刻仍需理性，坚持升级服务，做难而正确的事。当下的物管企业，应该关心的是怎样让业主更满意，这才是企业经营久久为功的“王道”。